PERBEDAAN PERSEPSI WISATAWAN ASAL PALEMBANG DAN WISATAWAN LUAR PALEMBANG TERHADAP WISATA PUNTI KAYU

SKRIPSI

Nama : Pengki Suwito

NIM : 212015298

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERBEDAAN PERSEPSI WISATAWAN ASAL PALEMBANG DAN WISATAWAN LUAR PALEMBANG TERHADAP WISATA PUNTI KAYU

SKRIPSI

Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama : Pengki Suwito
NIM : 212015298

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Pengki Suwito

Nim : 212015298

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Perbedaan Persepsi Wisatawan Asal Palembang Dan Wisatawan Luar Palembang Terhadap Wisata Punti Kayu

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang da dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnyadan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, September 2019

Pengki Suwito

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Perbedaan Persepsi Wisatawan Asal Palembang Dan Wisatawan Luar Palembang Terhadap Wisata Punti Kayu

Nama : Pengki Suwito
Nim : 212015298
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal, September 2019

Pembimbing I,

DR. Sri Rahayu, S.E., M.M
NIDN : 0229056502

Pembimbing II,

Zawawi Nasution, S.E., M.Si
NIDN : 0222045802

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN : 0216057001

Motto dan Persembahan

"Bertaqwalah Kepada Allah, maka Dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala Sesuatu"

(Qs. Al Baqarah: 282)

"Barang siapa yang bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut untuk kebaikan dirinya sendiri"

(Qs. Al- Ankabut: 6)

"Tetaplah menjadi seperti Air yang terus mengalir melewati semua hambatan dalam mengarungi setiap perjalanan"

(Pengki Suwito)

Persembahan:

1. ***Orang Tua Terkasih***
   Bapakku Arasuni dan Ibuku Yasma
2. ***Ayukku (Reni Anggraini)***
3. ***Adik - Adikku:***
   - ***Ipan Suwito***
   - ***Muhammad Suwito***
4. ***Kakek dan Nenekku semuanya***

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum Wr.Wb

PRAKATA

Alhamdulillahi robbil'alamiin, tiada kata yang dapat penulis sampaikan selain ucapan syukur kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan ridho-Nyalah penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Perbedaan Persepsi Wisatawan Asal Palembang Dan Wisatawan Luar Palembang Terhadap Wisata Punti Kayu". Sebagai upaya melengkapi syarat untuk mencapai jenjang Sarjana Strata 1 pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulisan skripsi ini dibagi menjadi lima bab, yaitu bab pendahuluan, bab kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis, bab metode penelitian, bab hasil penelitian dan pembahasan serta bab simpulan dan saran. Meski dalam penulisan skripsi ini, penulis telah mencurahkan segenap kemampuan yang dimiliki, tetapi penulis yakin tanpa adanya saran, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak mungkin dapat tersusun sebagaimana mestinya.

Ucapan terima kasih penulis juga sampaikan terutama kepada Bapakku Arasuni dan Emakku Yasma serta keluarga yang doa dan bantuan memiliki makna besar dalam proses ini.

Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. H. Abid Djazuli S.E.,M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Maftuha Nurrahmi selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu DR. Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang
5. Ibu DR. Sri Rahayu,. S.E.,M.M dan Pak Zawawi, S.E,.M.Si sebagai Pembimbing Skripsi
6. Dosen Pembimbing Akademik Ibu Ervita Safitri S.E.,M.Si
7. Teman - teman satu angkatan, teman - teman KKN Posko 205, teman dan sahabat semuanya.

Semoga Allah membalas budi baik atas seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan tulisan ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan saya ucapkan terima kasih

Palembang, September 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT iii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO..... v

HALAMAN PRAKATA vi

HALAMAN DAFTAR ISI..... viii

HALAM DAFTAR TABEL x

HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xi

ABSTRAK xii

ABSTRACK xiii

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah 8

C. Tujuan Penelitian..... 8

D. Manfaat Penelitian 8

BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAA, KERANGKA PIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori..... 10

B. Penelitian Sebelumnya 23

C. Hipotesis..... 25

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian..... 26

B. Lokasi Penelitian 27

C. Operasional Variabel..... 27

D. Populasi Dan Sampel 28

E. Data Yang Diperlukan..... 30

F. Metode Pengumpulan Data..... 30

G. Analisis Data Dan Teknik Analisis 31

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian 36

B. Pembahasan 46

BABV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 50

B. Saran 50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel 1.1 6

Tabel II.1 12

Tabel III.1 27

Tabel IV.1 38

Tabel IV.2 39

Tabel IV.3 40

Tabel IV.4 40

Tabel IV.5 41

Tabel IV.6 43

Tabel IV.7 46

Daftar Lampiran

Lampiran 1. Jadwal Penelitian .....

Lampiran 2. Kuesioner .....

Lampiran 3. Karakteristik Responden .....

Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian (seleksi) .....

Lampiran 5. Tabulasi Data Penelitian (organisasi) .....

Lampiran 6. Tabulasi Data Penelitian (interpretasi) .....

Lampiran 7. Uji Validitas.....

Lampiran 8. Uji Hipotesis (Chi Squer) .....

Lampiran 9. Titik Persentase Distribusi (Df = 81-120) .....

Lampiran 10. Titik Persentase Distribusi (F Probabilita = 0,05) .....

Lampiran 11. Nilai - Nilai Produk Moment.....

Lampiran 12. Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi .....

Lampiran 13. Surat Riset.....

Lampiran 14. Plagiarism Checker .....

Lampiran 15. Test Toefl .....

Lampiran 16. AIk.....

Lampiran 17. Lembar Persetujuan Skripsi.....

Lampiran 18. Biodata Penulis .....

ABSTRAK

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan pada persepsi wisatawan Palembang dan wisatawan luar Palembang terhadap Wisata Punti Kayu? Tujuannya untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan pada persepsi wisatawan Palembang dan wisatawan luar Palembang terhadap Wisata Punti Kayu di Kota Palembang. Penelitian ini termasuk penelitian komparatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Metode Kai Kuadrat. Hasil analisis menunjukkan bahwa angka korelasi antara variabel X dan variabel Y bertanda positif dengan memperhatikan besarnya r_{xy} diperoleh 0,130 dengan sig 0,0006, dengan df 98 jika dikonsultasikan dengan tabel ni;ai-nilai r Product Moment, masing-masing untuk r 5% sebesar 0.202 dan untuk r 1% sebesar 0,362. Jika dilihat dari r tabel tersebut, ternyata r_{xy} sebesar 0,130 lebih kecil daripada tabel r, baik daripada taraf signifikan 5% maupun 1%. Dengan demikian, Hipotesa Alternatif (Ha) diterima. Artinya: “Tidak ada perbedaan persepsi antara wisatawan asal Palembang dan Wisatawan Luar Palembang”

Kata kunci: perbedaan, persepsi, wisatawan.

ABSTRACT.

The formulation of the problem in this study is is there a difference in the perception of Palembang tourists and outside tourists from Palembang to Punti Kayu Tourism? The aim is to find out whether there is a difference in the perception of Palembang tourists and tourists outside Palembang on Punti Kayu Tourism in Palembang City. This research includes comparative research. Data collection methods in this study were interviews, questionnaires, and observations. The data analysis technique used is the Kai Squared Method. The results of the analysis show that the correlation number between variable Y is positive with regard to the magnitude of r_{xy} obtained 0,130 with sig 0,0006, with df 98 when consulted with the table of the product Moment r values, each for r 1% of 0,326. When viewed from the r table, it turns out that r_{xy} of 0,130 is smaller than table r, both than the significant level of 5% or 1%. Thus, the Alternative Hypothesis (Ha) was accepted. Meaning: "There is no difference in perception between tourists from Palembang and Tourists Outside Palembang"

***Keywords*: *differences, perceptions, tourists*.**

BAB 1
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan Negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang berlimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah/budaya. Berlimpahnya sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut dapat di kelola dengan baik. Pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan menghabiskan waktu ataupun materi akibat ketidakberhasilan dalam mengelola suatu sumber daya. Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah. Sumber daya alam menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun dari luar negeri, selain bernilai ekonomi yang tinggi, pariwisata juga dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap negara sehingga akan tumbuh masyarakat yang lebih peduli terhadap kekayaan alam tersebut.

Pariwisata yang paling banyak diminati oleh setiap individu, karena dapat menghilangkan kejenuhan dalam aktifitas keseharian yang mereka lakukan. Pemerintah harus memperhatikan dan ikut berkontribusi dalam mengenalkan, menawarkan atau mempromosikan dinasti wisata yang ada di setiap daerah guna untuk menarik konsumen-konsumen yang lebih banyak lagi.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 9) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Pemasaran merupakan jiwa dalam perusahaan atau inti perusahaan, yang akan membawa perusahaan maju dan tetap eksis di era globalisasi, pemasaran harus membuat perusahaan mampu bersaing. Pemasaran harus bisa membuat setiap bagian di perusahaan dan jaringannya dapat menciptakan dan menyerahkan nilai yang baik dibenak konsumen, pemasaran harus benar-benar tahu apa yang diinginkan konsumen. Sehingga, pengidentifikasian berbagai kebutuhan konsumen merupakan hal yang sangat penting dilakukan.

Konsep pemasaran merupakan filosofi yang sangat penting yang digunakan untuk memandu pelaksanaan manajemen pemasaran, agar usaha pemasaran perusahaan bisa dilaksanakan dengan efisien, efektif dan bertanggung jawab. Salah satu kajian dalam konsep pemasaran adalah perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009: 166) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu tentang persepsi. Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, di mana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan (Sangadji dan Sopiah, 2013:64). Pemahaman terhadap

persepsi konsumen dan proses yang terkait dengan persepsi konsumen sangat penting diketahui oleh perusahaan untuk membangun persepsi yang positif terhadap produk yang akan dihasilkan oleh perusahaan, baik berupa barang maupun jasa.

Persepsi konsumen yang positif akan menghasilkan pemahaman dan kesan yang baik untuk perusahaan, di mana hal itu merupakan modal yang sangat penting untuk membangun bisnis dalam jangka waktu yang panjang di era persaingan bisnis yang semakin kompetitif seperti sekarang ini. Hanya berdasarkan persepsi positiflah konsumen akan tertarik dan bisa tergerak untuk mengonsumsi produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal yang harus dipahami dalam persepsi yaitu bahwa produk yang sama mungkin akan dipersepsikan berbeda-beda oleh setiap konsumen.

Menurut Donni Juni Priansa (2017: 153-154) Persepsi konsumen dibentuk oleh berbagai faktor. Sejumlah faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen yaitu: (1) Objek yang dipersepsikan, (2) alat indra, syaraf, dan susunan syaraf, dan (3) perhatian.

Pada masa sekarang ini bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional. Sektor ini dicanangkan sebagai salah satu sumber penghasil devisa yang cukup andal, dan juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi dan membantu mengurangi pengangguran. Untuk mengembangkan sektor ini

pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai kebijakan yang mendukung kearah kemajuan dalam sektor ini. Salah satu kebijakan tersebut yaitu menggali, menginventarisir dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan.

Salah satu kota yang memiliki tempat wisata yang menarik untuk dikunjungi di Sumatera Selatan berada di kota Palembang, Palembang sendiri memiliki potensi di sektor pariwisata. Kota Palembang memiliki peninggalan sejarah yang tercatat dalam buku-buku sejarah, tak heran memang jika pemerintah kota setempat sangat menaruh perhatian terhadap pariwisata.. Pembangunan kepariwisatawan pada hakekatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan obyek dan daya tarik wisata yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya, dan peninggalan purbakala serta kerajaan-kerajaan hingga memiliki wisata-wisata alam yang lainnya. Tak terkecuali Wisata Alam Punti Kayu, Punti Kayu merupakan hutan wisata dan taman rekreasi keluarga yang tereletak di tengah Kota**,** Provinsi Sumatera Selatan, tepatnya di kawasan Km.7 Palembang, Punti Kayu menjadi tempat liburan favorit yang ramai dikunjungi warga kota Palembang khususnya pada akhir pekan dan hari-hari libur. Pengunjung asal Palembang maupun yang dari luar Palembang datang ketempat ini bersama keluarga maupun rekan-rekan kerja dan anak-anak mudah, mereka memilki tujuan masing-masing seperti bersantai dan bermain, melihat satwa-satwa, maupun hanya sekedar berfoto-foto. Kawasan ini juga dilengkapi dengan

fasilitas-fasilitas seperti, taman bermain, miniatur tujuh keajaiban dunia, danau, waterpark, dan berbagai hiburan lainnya, namun peminat wisata alam Punti Kayu untuk saat ini tidak cukup terlalu ramai setiap harinya seperti dahulu di karenakan banyaknya persaingan, dimana masyarakat saat ini lebih memilih tempat-tempat atau taman-taman bermain yang lebih modis seperti mall dan lainya. Hanya saja diakhir pekan nampak terlihat banyak orang yang datang bersama keluarga mereka baik yang dari luar Palembang maupun yang berasal dari kota Palembang sendiri.

Untuk memasuki kawasan ini masyarakat harus membayar tiket masuk terlebih dahulu, dimana pengelolah menetapkan harga bagi pengunjung sebesar Rp.10.000/orang. Adapun jam operasionalnya dimana pengelolah menetapkan ketika hari senin s/d jumat dibuka mulai pukul 09.00 s/d 16.00, dan ketika hari Sabtu s/d Minggu mulai dibuka pukul 09.00 s/d 17.00. Selain daripada itu pengelolah juga menetapkan tarif parkir bagi pengunjung yang menggunakan kendaraan pribadi maupun angkutan umum, dimana untuk pengguna roda dua dikenakan tarif parkir sebesar Rp5.000/kendara, dan untuk tarif parkir mobil dikenakan sebesar Rp10.000/kendara.

Tabel I.1

Persepsi Konsumen/pengunjung Terhadap Taman Wisata Punti Kayu di Palembang

No	Alasan	Jumlah Pengunjung 20 (Orang)					
		10 Wisatawan Asal Palembang			10 Wisatawan Luar Palembang		
		Setuju	TS	N	Setuju	TS	N
1	Lokasi	7	3	10	3	7	10
2	Harga	7	3	10	8	2	10
3	Periklanan	3	7	10	3	7	10
4	Suasana di Dalam	8	2	10	4	6	10
5	Pelayanan	6	4	10	6	4	10

Sumber : pra riset 2019

Berdasarkan tabel 1.1 di atas diambil sampel sebanyak 20 orang Wisatawan yang terbagi 10 orang pengunjung wisatawan Asal Palembang dan 10 wisatawan luar Palembang.

Dapat disimpulkan bahwa dari sisi lokasi alasan konsumen yang berasal dari Luar Palembang yang memilih tidak setujuh sekitar 7 orang dengan alasan karena jaraknya atau lokasinya terlalu jauh dari jangkauan tempat mereka tinggal, sedangkan wisatawan asal Palembang yang memilih setuju ada 7 orang wisatawan dengan alasan karena lokasinya atau jarak tempuh yang tidak terlalu jauh dan mudah dijangkau.

Dari sisi harga wisatawan Asal Palembang maupun wisatawan luar Palembang merasa bahwa harga masuk yang ditentukan oleh penggelolah

cukup sesuai dan tidak terlalu mahal bagi pengunjung, dimana Wisatawan Palembang yang memilih setuju sebanyak 7 orang, sisanya menjawab tidak setuju, begitupun dengan wisatawan yang berasal dari luar Palembang memilih setuju sebnayak 8 orang dan sisanya memilih tidak setuju.

Dalam hal Periklanan, wisatawan asal Palembang dan luar Palembang memilih tidak setuju dikarenakan penggelolah tidak terlalu memfokuskan dalam melakukan promosi, mereka tidak pernah melihat iklan-iklan tentang punti kayu di media-media, hanya saja sebagian dari mereka mengetahui dari mulut-kemulut khususnya wisatawan luar Palembang. masing-masing wisatawan semua memilih tidak setujuh sebanyak 7 Orang.

Suasana Wisata, wisatawan yang berasal dari Palembang yang memilih setuju ada sekitar 8 orang dengan alasan bahwa suasana yang ada sangat sejuk dan nyaman ketika ada didalamnya sehingga mereka merasa tidak kepanasan, sedangkan wisatawan yang berasal dari luar Palembang memilih tidak setuju dikarenakan mereka merasa tempat tersebut sama dengan tempat mereka tinggal, hanya saja perbedaannya terletak dari berbagai tampilan-tampilan seperti adanya miniatur tujuh keajaiban dunia dan lain sebagainya yang menarik minat mereka.

Dari hal pelayanan, wisatawan asal kota Palembang dan luar Palembang, mereka sama-sama setuju dan menggangap pelayanan yang diberikan cukup baik maupun keamanannya, dan memiliki lahan parkir yang cukup luas.

Masing-masing semuanya memilih setuju sebanyak 6 orang Wisatawan dan sisanya tidak setuju.

Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **" Perbedaan Persepsi Wisatawan Asal Palembang dan Wisatawan luar Palembang Terhadap Wisata Punti Kayu".**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah perbedaan persepsi antara wisatawan asal Palembang dengan wisatawan luar Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan persepsi wisatawan palembang dan wisatawan luar Palembang terhadap Wisata Punti Kayu di kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Diharapkan dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dalam bidang penelitian serta dapat menerapkan ilmu yang didapat dari teori-teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan khususnya dalam mata kuliah Manajemen Pemasaran.

2. Bagi Tempat Wisata

Penelitian ini diharapkan dapat membantu tempat wisata memberikan sumbangan pemikiran, informasi dan pengetahuan untuk bahan pertimbangan evaluasi dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh tempat wisata dalam memberikan kepuasan pada pengunjung atau wisatawan.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi bagi mahasiswa dan bagi penelitian selanjutnya bagi permasalahan yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

Adler, Ronald B, dan Rodman, George, 2010. *Understanding Human Communication*. Terjemahan Agus Darma. Jakarta: Erlangga.

Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer.* Bandung: Alfabeta.

Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Analisis Perilaku Konsumen.* Cetakan Pertama CAPS, Yogyakarta.

Iqbal Hasan (2008). *Pokok-Pokok Materi Statistika 2.* Edisi Kedua. Jakarta. Penerbit PT. Bumi Aksara.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). Marketing Management. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Riduwan. (2014). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis.* Cetakan Kesepuluh. Bandung: Alfabeta.

Sangadji, E. M., & Sopiah, (2013). *Consumer Behavior*: *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2.* Jakarta: Erlangga.

Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2010). *Consumer Behavior Eighth Edition.* Pearson Prentice Hall.

Sugiyono. (2012). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung. CV Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna (2015). *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi.* Yogyakarta. Penerbit Pustaka Baru Press.